CIBERMODA E SUAS INFLUÊNCIAS NA CIBERCULTURA

A moda do *punk* ao estilo matrix.

Aletéia Ferreira[1]

Resumo: O presente artigo tem como objeto de estudo a cibermoda, a *cyber*moda ou a também chamada *cyberfashion* e suas influências na cibercultura e no ciberespaço. A cibermoda é a junção do "ciber" com a "moda", mas vai muito além de roupas tecnológicas. Veremos suas influências no meio ambiente, no cinema, no *wearables computers, wearcomp* ou nos também chamados "computadores vestíveis" e no *cyberwear*. Também veremos como a cibermoda é vista no cotidiano e nas tribos, com uma visão do movimento e da moda *punk,* que nasceu nos anos 60 em Londres e influenciou a moda *Cyberpunk* nos anos 80 e 90, chegando ao Estilo Matrix. O referencial teórico deste trabalho é baseado em autores como Maffesoli (2005), McLuhan (2002), Amaral (2006), Lemos (2004) e Lurie (1997).

Palavras-chave: cibermoda, cibercultura, ciberespaço, *cyberpunk***.**

Abstract: *The present article has as study object cyberfashion and its influences in the cyberculture and cyberspace. The Cyberfashion is the junction of* "*cyber*" *and* "*fashion*", *but it goes very beyond technological clothes. We will see its influences in the environment, the movie, wearables computers, wearcomp and in cyberwear. We will se aswell how cyberfashionn is seen in day by day and in the tribes, with a vision of the movement and the fashion punk that was born in the 60's in London and influenced the fashion Cyberpunk in 80's and 90's, arriving at the Matrix Style. The theoretical referencial of this work is based on authors as Maffesoli (2005), McLuhan (2002), Amaral (2006), Lemos (2004) and Lurie (1997).*

Key-words: cyberfashion, cyberculture, cyberspace, cyberpunk

[1] Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná/UTP. Especialista em Gestão Estratégica de Marketing pela UFMG e Graduada em Administração. Pesquisa Comunicação e Moda na Cibercultura. Integrante do GP Cibercultura da UTP (PR).
E-mail: aleteia_ferreira@hotmail.com - Autora do blog http://espacodamoda.blogspot.com

Introdução

A palavra *moda, modus, mode* ou *fashion*, em suas variadas origens, remete à imagem, corpo, estilo, tendência, roupas, indumentária, adorno, traje, beleza, entre outras alinhavadas ao sistema da moda[2]. A moda, divulgada nos meios de comunicação de massa, televisão, revistas, *outdoors*, *backlights*, nos filmes, cinemas, ruas, nas novelas, na internet, na mídia segmentada etc., também está presente no ciberespaço e na cibercultura. Há um sistema complexo por trás disso tudo, da moda como técnica e como processo comunicacional. Mas qual a relação entre a moda, a cibercultura e o ciberespaço?

Muitas são as interpretações e definições dessa cultura contemporânea. O importante é saber que estamos inseridos nessa cultura tecnológica, estamos conectados a ela, a cibercultura. O prefixo "*cyber*", versão americana, ou "ciber", versão brasileira, estão presentes em diversas palavras e expressões do nosso cotidiano, como: cibercafé, ciberbar, ciberlivraria, *cyberpunk*, c*ybersexe*, *ciborgue*, *cyberfashion*, cibermoda, ciberespaço, ciber-raves, ciberamigo, cibereconomia, cibermarketing, ciberarte, cibercidades, cibermundo, entre outras. O prefixo "*cyber*" provém do grego *Kubernets,* que significa "governar", o que remete à questão cibernética, disciplina criada pelo matemático norte-americano Norbert Wiener[3]. Na década de 40, ele definiu a cibernética como sendo a ciência do controle e processos de comunicação, entre homens e máquinas, homens e homens e máquinas e máquinas.

Essa idéia de controle iniciou-se com uma série de manifestações culturais, que se desenvolveram com as novas mídias eletrônicas no sistema social e na evolução tecnológica, causando uma transformação nas identidades culturais dos indivíduos.

A cibercultura pode ser vista por diversos aspectos e ângulos por seus autores. Lévy (2000) estabelece como análise da cibercultura a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva. Johnson (2001) foca sua análise na

---

[2] O sistema da moda de que falamos engloba o contexto filosófico, sociológico, antropológico, psicológico, artístico, assim como a relação com a comunicação, o marketing, a economia, o planejamento, a pesquisa, envolvendo desde a cadeia têxtil, passando por todos os processos de produção até atingir o público alvo, ou seja, o consumidor final.

interface e interconexões. Rüdiger (2004) começa por Fausto e Prometeu; analisa diversos autores e propõe perspectivas do pensamento tecnológico contemporâneo. Cáceres (2001) divide em quatro itens de análise o seu entendimento de cibercultura: a conectividade, a interatividade, a vinculação e a comunicação. Lemos (2004) explora a socialidade e o tecnicismo, entre outras inúmeras visões.

O conjunto dessas manifestações culturais, a que chamamos “cibercultura”, está presente na linguagem, na literatura, na música, no cinema, na arte, na arquitetura, no design e também faz parte da comunicação e da moda.

Com o desenvolvimento da tecnologia e de todas as suas potencialidades, possibilitou-se a quebra de uma série de barreiras culturais, técnicas e psicológicas. Destaque para a Internet, que disponibilizou e disponibiliza a criação de diversos canais de comunicação, trazendo um novo significado ao conceito “aldeia global” de McLuhan. A internet possibilita que qualquer pessoa, de qualquer lugar do mundo, em alguns segundos possa acessar milhões de informações, imagens, vídeos, filmes, músicas e ainda facilita a interação com uma ou várias pessoas de qualquer parte do mundo. Esses são alguns dos fenômenos de ordem tecnológica que fazem parte da cibercultura e são sinônimos da cultura contemporânea.

O ciberespaço é uma junção do cibernético com o espaço, conceito criado pelo escritor de ficção científica William Gibson, em 1984, no seu livro "Neuromancer".

> O *cyberespaço*. Uma alucinação consensual vivida diariamente por bilhões de operadores autorizados, em todas as nações, por crianças aprendendo altos conceitos matemáticos... Uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de todos os computadores do sistema humano. Uma complexidade indispensável. Linhas de luz abrangendo o não-espaço da mente; nebulosa e constelações infindáveis de dados. Como marés de luzes de cidade [...] (GIBSON, 2003, p. 67-68).

Fernandes aponta ainda a possibilidade de um mundo completamente interconectado: a comunicação universal, sem fronteiras, propiciada pelo ambiente virtual e surreal que Gibson chamou de ciberespaço – uma realidade consensual (2006, p. 21).

---

[3] Para aprofundamento do tema, recomendamos a leitura da obra do matemático Wierner, "Cibernética e Sociedade" (1993, p. 15).

Esse espaço saiu da ficção e se popularizou com a *World Wide Web*, na década de 1990, que também chamamos de internet (a rede como um todo), sendo a *web* um espaço imaterial onde navegam textos, imagens, imagens da moda, transmissões ao vivo de desfiles de moda, vídeos, filmes, e-mails, áudio, transferências bancárias, as milhões de páginas da internet, *blogs*, fotologs etc. Basta nos conectarmos, ou seja, estarmos *online* no ciberespaço. A internet é o império da informação para todas as direções e o paraíso da interação. Neste caso, não há parâmetros de comparação com o que as mídias tradicionais podem oferecer (WOLTON, 2003, p. 97).

Com um elevado grau de envolvimento no ciberespaço, temos o poder de socialização para o qual esse espaço contribui em termos do global-local, segundo Sherry Turkle:

> Há mais de cinco anos, havia muitas pessoas falando coisas como ''Meu Deus! O mais excitante sobre a *Web* é que eu posso falar com esse cara na Austrália que possui a mesma coleção de selos do que eu'', e agora passou a ser o fato de que a *Web* pode contribuir também para os relacionamentos com as pessoas que você face a face. Foi um movimento global em direção ao local. Eu penso que as coisas continuarão nessa direção. Então, a *Web* será valorizada tanto pelo que ela faz pelo nosso alcance global como pelas nossas possibilidades locais (2006, p. 293).

Um exemplo empírico desse alcance foi a criação do Blog Espaço da Moda[4], inicialmente divulgado para os amigos somente na rede, na assinatura dos e-mails, no cabeçalho do *Messenger* e no *Orkut* - como diz Turkle, "no alcance local". Mas o *blog* possui um "alcance global", com aproximadamente 10% de visitantes de outros países, como USA, Inglaterra, China, Alemanha, México, Espanha, Moçambique, Portugal, Malásia, Austrália, entre outros; cerca de 70% dos visitantes são desconhecidos dentro do território brasileiro. O *blog* possui mais de 1000 acessos mensais. Esses dados são do rastreamento via *Google Analytics*[5], que possui todas as informações sobre os visitantes e como eles interagem em sites e *blogs*. O *Google Analytics* fornece todos os recursos que são esperados de uma oferta de análise de sites de ponta e tudo gratuitamente. A moda, a

[4] Disponível em http://espacodamoda.blogspot.com. Acesso em 23 jan. 2007.
[5] Disponível em http://www.google.com/analytics/pt-BR. Acesso em 17 abr. 2007.

cibercultura e o ciberespaço estão interligados na sociedade de consumo, de massa, da informação e pós-moderna.

2. Cibermoda – Ciberespaço - Cibercultura

A cibermoda é a junção do "ciber" com a moda, ou seja, roupas tecnológicas que vão além de uma moda para pendurar acessórios tecnológicos. A cibercultura, como a moda, possui inúmeras características, como a interação, a possibilidade de expressar emoções, as mudanças constantes, o pertencimento a grupos, a produção e propagação de conhecimentos, a posse de um socialismo tecnológico; é um novo padrão de comunicação e produção que engloba o ciberespaço; é uma cultura com abrangência mundial. A internet facilitou essa abrangência.

> O PC transformou todas as pessoas em produtores e editores, mas foi a internet que converteu todo o mundo em distribuidores. Os consumidores também atuam como guias individuais quando divulgam pela internet, em sites de vendas ou nos próprios *blogs*, suas opiniões sobre alguma coisa (ANDERSON, 2006, p. 54).

Muito se discute sobre o tema, pois envolve fenômenos recentes, sobretudo no que diz respeito à relação da cibercultura com as culturas tradicionais e com as culturas do mercado de massa, nos nichos e subnichos que a internet disponibiliza.

A cibermoda faz parte da cultura contemporânea e está "alinhavada" às novas tecnologias. E encontramos cada vez menores telefones móveis, MP3/4 *players*, câmeras digitais, *palm e laptops*, dispositivos de GPS, entre outros acessórios, que são incorporados ao vestuário e aos próprios tecidos. Estes são alguns exemplos da aplicação da cibermoda no ciberespaço e na cibercultura.

A indústria têxtil investe milhões em pesquisa para desenvolver "tecidos inteligentes". O tratamento ocorre nos fios ou em banhos especiais feitos na tinturaria. Tecidos com acabamentos bactericidas, roupas que esquentam no frio e refrescam no calor. É o efeito *dry fit*, tecido feito com poliamida e elastano (*supplex*) que proporciona um conforto propício para peças de esporte, que exigem facilidade para a transpiração do corpo. Uma peça com *dry fit* tem a capacidade de tirar o suor do corpo e transportá-lo

para fora do tecido, não o deixando em contanto com o corpo. Já existem as ultramicrofibras, que chegam a ultrapassar a sensação de conforto das fibras naturais. Levando em conta a preocupação das pessoas com os perigos da ação maléfica dos raios UVA e UVB na pele, surge um fio capaz de bloquear essa ação (ROCHINSKI, *online*).

Também encontramos os "*wearables computers*", "*wearcomp*" ou os também chamados "computadores vestíveis"[6], que expressam uma nova forma de usar os componentes eletrônicos na moda urbana.

> O *WearComp* (computador de vestir) é um microcomputador que faz parte de você, que é controlado por você e está sempre disponível para você. Ele vai bem mais além do que um *laptop* (computador de colo) ou um *handheld* (computador de mão) porque você pode usá-lo enquanto está andando, fazendo compras ou até mesmo jogando uma partida de tênis. Não é preciso ligá-lo ou desligá-lo: circuitos especiais permitem que a corrente elétrica flua constantemente dele para o seu corpo e vice-versa (MANN, *online*).

Eles já estão ganhando formas de óculos com micro câmeras e designs futuristas, de plaquetas menos estéticas, mas adaptáveis ao pulso, de anel ou canetas ligados a um processador preso ao cinto, de casacos que trazem sensores no avesso. Os "computadores vestíveis" ainda estão chegando timidamente ao Brasil, mas encontram-se bastante difundidos na Europa e Estados Unidos, segundo Donati (2003, *online*).

O "computador vestível" possibilita uma forma de sinergia entre o homem e o computador, oferecendo uma área pessoal de comunicação em que o usuário estabelece conexões através do próprio corpo por meio do uso de sensores. Quando conectado à *Web*, este dispositivo potencializa a capacidade do usuário de interagir simultaneamente em diferentes espaços físicos remotos e digitais. Um exemplo é a roupa do astronauta, que é, acima de tudo, um computador vestível. Ao sair da nave para executar reparos, ele pode ao mesmo tempo enviar imagens, consultar banco de dados e receber orientações da tripulação e da Nasa (DONATI, 2003, *online*).

Outro exemplo é um capacete de imersão que captura imagens de um ambiente em tempo real e auxilia o deficiente visual em suas atividades diárias; um aplicativo

---

[6] Está sempre ligado e acessível como uma perfomance computacional que permite auxiliar o usuário em atividades motoras e/ou cognitivas, sem, no entanto, ser considerado como uma simples ferramenta. Funciona como uma segunda "pele", sobreposto, sendo necessário descartar dessa classificação os implantes, as alterações genéticas e os sistemas dedicados (DONATI, 2004, p. 94).

específico exacerba as cores das imagens, realçando assim os contornos dos objetos e permitindo que o usuário os identifique sem ajuda.

O uso desta interface vem possibilitando uma redefinição dos limites pessoais de atuação e percepção de sentidos. Destaque para o *Massachusetts Institute of Technology* (MIT)[7] de Boston, que, desde os anos 70, trabalha com pesquisas nessa área. O pioneiro é o canadense Steve Mann[8], que em sua casa ou em passeios usa sua roupa preferida, um computador; veste oito microcomputadores; usa câmeras ocultas em óculos escuros, dia e noite, e está quase sempre conectado à Internet por meio de ondas de rádio. O Dr. Steve Mann é professor do Departamento de Engenharia Elétrica de Computação da Universidade de Toronto, Canadá, e *PhD*, em 1977, pelo MIT - Instituto de Tecnologia de Massachussets, EUA, o que lhe confere o direito de ser chamado, no máximo, de excêntrico. Desde seus tempos de colegial, em 1970, ele vem trabalhando em suas invenções: o *WearableComputer*, ou Computador de Vestir, e em uma micro câmera de vídeo em forma de monóculo, a *WearCam*.

A cibermoda está conectada à tecnologia, mas também se preocupa com o meio ambiente através dos tecidos completamente ecológicos, com substâncias alternativas à química, normalmente usada pelas indústrias têxteis. Um jeito de demonstrar que é possível produzir tecidos e modelos da moda sem o uso de substâncias nocivas à saúde e que não agridam ao ambiente.

Foi o que aconteceu na última edição do evento São Paulo *Fashion Week* (SPFW), em janeiro de 2007, cujo tema foi "Sustentabilidade". Diversos estilistas e empresas apresentaram seus trabalhos e o que estão fazendo para proteger o meio ambiente e também valorizar a ação social.

> "A questão da sustentabilidade é uma ação ambiental e social do SPFW. Não pedimos ou sugerimos a nenhum estilista que trabalhasse sobre este tema. Usamos, sim, o poder da moda de transformação, da capacidade dela de passar uma mensagem, de criar imagens poderosas para falar de um assunto que não dá para deixar para depois. A poluição, a água, o aquecimento global são questões urgentes", diz Paulo Borges, diretor do evento[9].

---

[7] Disponível em: http://web.mit.edu/ Acesso em 18 abr. 2007.

[8] Mais informações na página pessoal disponível em: http://wearcam.org/steve.html. Acesso em 18 abr. 2007.

[9] Em meio à correria, Paulo Borges conversa com o UOL, 26 jan. 2007. Disponível em: http://estilo.uol.com.br/moda/spfw/ultnot/2007/01/26/ult3902u259.jhtm. Acesso em 29 jan. 2007.

Anúncios pequenos e vazados, economizando papel e tinta, com frases como "Use menos tinta", "Consuma Consciente", "Use o coletivo" e "Use luz natural", sugerem atitudes que cada um pode tomar em nome da sustentabilidade. "Ande +", "Desaqueça" e "Cultive" são alguns dos conceitos trabalhados na campanha, transformando a sustentabilidade numa cultura urbana que pode e deve ficar na cibermoda. No vídeo de abertura do evento foi apresentada a importância de iniciativas sustentáveis, como a geração de energia por biodisel, a neutralização do carbono e a valorização dos novos materiais na fabricação de tecidos. Um exemplo é a fibra de garrafas *pet*, que é produzida por uma cooperativa que coleta e recicla materiais. A sustentabilidade pode ser vista nos *lounges* das empresas patrocinadoras do eventos, nas exposições dos estilistas que trabalharam com tecidos inteligentes e ambientalmente corretos.[10]

A indústria da moda está desenvolvendo roupas tecnológicas para o dia-a-dia[11], peças que, além de vestir, prometem desempenhar outras funções, como a de combater problemas estéticos e de saúde. Algumas novidades da indústria da moda são as roupas com repelente, que espantam mosquitos e todo o tipo de inseto; as roupas que não sujam, e que impedem a ação dos raios ultravioleta e os tênis para combater o stress e a celulite.

Calças, camisetas, camisas, *lingeries* e sapatos são projetados para o consumidor comum e para serem usados no cotidiano. Tecidos são mergulhados em um recipiente contendo o produto de acabamento e passam por um processo especial de secagem e fixação através do qual ganham as características desejadas.

Roupas Tecnológicas com um mix de ficção e emoção é o que desenvolve a empresa *CuteCircuit*[12], que trabalha com a tecnologia "*Usable"*, com foco no emocional e na diversão. Os *wearables* serão as ferramentas do futuro para uma comunicação pessoal; eles têm uma superfície dinâmica em torno de nossos corpos, capaz de nos conectar às pessoas e aos lugares. A ferramenta mais usada de uma comunicação é hoje o telefone móvel; a empresa acredita que a tecnologia *wearable* e o mercado da telecomunicação se fundirão em um futuro não muito distante. Já existem alguns projetos

[10] Vídeo de abertura da São Paulo Fashion Week de 24 a 28 de janeiro 2007, com o tema Sustentabilidade. O material foi produzido pelo Banco Real. Disponível em: http://tvuol.uol.com.br/moda/spfw/2007/01/25/ult3440u286.jhtm. Acesso em 29 jan. 2007.

[11] Disponível em: http://revistagalileu.globo.com/Galileu/0,6993,ECT832813-1719-3,00.html. Acesso em 24 ago. 2006.

[12] Disponível em: http://www.cutecircuit.com/now/projects/wearables/. Acesso 18 ago. 2006.

desenvolvidos, como a *Hug Shirt*: *a* camisa é um acessório *wearable* para o telefone móvel, que transmite a sensação física de ser abraçado à distância através das redes de telecomunicação. O processo é simples, é só abraçar a si próprio e murmurar o nome da pessoa que vai receber o carinho. Se o outro estiver vestindo a peça com a mesma tecnologia, sentirá o abraço através de sensores que simulam sensações como as do tato e do calor. Outra peça é a *Skirteleon*, uma saia camaleão com um tecido que pode mudar de estampa quando você quiser. Um azul escuro pode se transformar num padrão geométrico ou de desenho animado. O vestido tomara-que-caia *Mystique* possui um conceito parecido: muda de cor e comprimento, desde o joelho até o pé.

KineticDress é parte da coleção desenvolvida para o museu da ciência de Nemo, em Amsterdã. O *KineticDress* muda a cor dependendo da atividade e da temperatura.

O *KineticDress* preto segue a tendência atual, com um design inspirado na época Vitoriana. Quando usado, surgem círculos azuis móveis no seu tecido. Por enquanto, essas roupas ainda são protótipos caríssimos, mas em um futuro não muito distante, estará nos desfiles e disponíveis para o consumo.

O uso desta interface vem possibilitando uma redefinição dos limites pessoais de atuação e percepção de sentidos. Exemplo disso são as seguintes criações: a bolsa que avisa quando você esqueceu a carteira, a chave em casa ou quando o telefone móvel toca; o vestido com holografias metalizadas que mudam de cor dependendo da luz do ambiente, entre inúmeras outras.

As indústrias da moda, do entretenimento e da tecnologia pesquisam e desenvolvem produtos para surpreender o seu público. É uma simbiose entre o homem e a máquina, que se moldam e criam uma cibermoda. Confirmando a teoria de McLuhan (1964), os meios de comunicação são como extensões do homem e o vestuário é extensão da nossa pele.

Com a cibermoda, conseguimos a junção das manifestações culturais e sociais “alinhavadas” à evolução tecnológica. Um outro exemplo é a Adidas, que lançou, em setembro de 2006, uma coleção de três peças (camiseta, monitor de pulso e tênis) que se comunicam entre si e monitoram todo o sistema físico do usuário, da freqüência cardíaca ao tempo necessário de relaxamento após o esforço físico. Os dados são analisados em

tempo real e um programa específico sugere mudanças de movimentos para a promoção de mais qualidade e conforto.

Os últimos lançamentos tecnológicos incorporam às roupas, com a ajuda da nanotecnologia[13], chips, telefones móveis, leitores de MP3, internet sem fio, GPS, entre outros elementos. O clima individualista predominante na subjetividade contemporânea é muito explorado nas imagens, nos discursos, nas estratégias de marketing, na moda, nos *games.* Um exemplo é o *Game Second Life*[14], em que seus usuários escolhem seus avatares e podem comprar roupas virtuais dos seus estilistas preferidos, gerando desejos e estimulando o indivíduo ao consumo no ciberespaço.

> Na publicidade, na moda, na dança, só é paramentado para ser apresentado em espetáculo. Pode-se dizer que se trata de uma socialização que, é talvez, específica, mas que não deixa de apresentar todas as características da socialização: a de integrar num conjunto e de transcender o indivíduo (MAFFESOLI, 2005, p. 41).

O individuo não está só, ele faz parte de grupos, pois consome determinado produto, assiste determinado tipo de programa, gosta de assuntos específicos, acessa sites em locais e horários determinados. Para Baudrillard, "os indivíduos são puras vítimas passivas dos sistemas" (1995, p. 73). Esse "sistema" existe na moda e na cibercultura; ele faz parte da sociedade capitalista em que nos encontramos. "O indivíduo serve o sistema indústria, não pela oferta das suas economias e pelo fornecimento de capitais, mas pelo consumo dos seus produtos" (Id. ib., p. 83).

A desterritorialização, o global-local de Sherry Turkle (2006), o indivíduo e o coletivo de Lévy (2000), a socialidade e o tecnicismo de Lemos (2004) criam novas e inúmeras formas de socialibilidade no ciberespaço, proporcionando comunicação instantânea, envio e recebimento de mensagens de texto, arquivos, imagens, vídeos e

---

[13] A *nanotecnologia* está associada a diversas áreas (como a medicina, eletrônica, ciência da computação, física, química, biologia e engenharia dos materiais) de pesquisa e produção na escala nano (escala atômica). O princípio básico da nanotecnologia é a construção de estruturas e novos materiais a partir dos átomos (os tijolos básicos da natureza). Disponível em: http://www.wikipedia.org.br. Acesso em 20 jul. 2006

[14] *Second Life* é um ambiente virtual em que avatares - representações visuais de usuários ou “habitantes” - podem interagir. É um simulador da vida real ou também um MMOSG, em um mundo virtual totalmente 3D. Além de interagir com jogadores de todo o mundo em tempo real, é possível criar seus próprios objetos, negócios e até mesmo personalizar completamente seu avatar. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Second_Life. Acesso em 08 fev. 2007.

áudio, assim como a possibilidade de usuários inexperientes criarem conteúdo próprio, a "febre" dos *games*, entre outras coisas.

De um lado dessa sociabilidade derivou o *cyberpunk* enquanto elemento estético, pertencente ao ciberespaço e à cibercultura, refletindo o visual *cyberpunk*, a moda *cyberpunk* e a cibermoda.

3. Cibermoda: do *Punk* ao C*yberpunk*

Muitos não entendem a conexão entre o *Cyber* e o "*Punk".* Vamos fazer uma breve apresentação do *Punk*, movimento inglês da década de 60 e 70, constituído em Londres por meia dúzia de pessoas *outsiders* (na época, estudantes, desempregados, prostitutas, etc.) que freqüentavam locais *underground*. O movimento ganhou destaque com a banda *Sex Pistols* – quarteto musical formado pelos desempregados Johnny Rotten (vocalista), Steve Jones (guitarrista), Paul Cook (guitarrista) e Glen Matlock (baixista), que posteriormente foi substituído por Sid Vinicius. A banda se tornou o maior ícone do movimento *punk*. Criada em uma Inglaterra em crise política e econômica, ela ganhou destaque na mídia e no *mainstream* (grande público) devido ao visual rebelde (eram vestidos pela estilista Vivienne Westwood) e ao *rock* distorcido e cru, indo totalmente ao contrário da música hippie da época.

> A filosofia *punk* era a do « *se você não gosta do que existe, faça você mesmo – ou, simplificando, o lema do it yourself*. Baseados nessa filosofia os adeptos do movimento passaram a criar as próprias vestimentas, com uma moda exclusiva e a sua própria música. Atingindo todas as classes sociais "Jovens de diferentes grupos socioeconômicos, diferentes origens e diferentes países se identificaram imediatamente com o movimento, como forma de negação e de revolta" (FERREIRA, 2006, online).

Mas o movimento deixou resquícios em várias áreas, passando pela música, literatura, moda, atingindo a cultura eletrônica, digital e chegando ao *Cyberpunk* (anos 80 - anos 90). Fernandes explica que a palavra *cyberpunk* não foi inventada por nenhum dos cinco autores Bruce Sterling, Rudy Rucker, Lewis Shiner, John Shirley e William Gibson que se juntaram e criaram um grupo denominado O Movimento, que depois foi

rebatizado de O Movimento *Cyberpunk*. A palavra foi tomada de empréstimo de um conto de Bruce Bethke sobre hackers adolescentes,[15] escrito em 1980. Depois de sofrer um ataque de hackers, Bethke[16] decidiu escrever essa história e criou esse título na tentativa consciente de inventar um neologismo que exprimisse a justaposição: atitudes *punk* e alta tecnologia (2006, p. 51-52).

Para Lemos, os *cyberpunks* são *outsiders,* criminosos, visionários da tecnologia. Eles encarnam, na ficção e na vida real, uma atitude de apropriação vitalista da tecnologia. Como parte da cibercultura, o estilo *cyberpunk* aponta para uma sinergia entre as tecnologias digitais do ciberespaço e a socialidade contemporânea (2004, p. 189).

O *Cyberpunk* é a raiz da Cibercultura (Ib., p.238).

> O termo *cyberpunk* aparece para designar um movimento literário no gênero da ficção científica, nos Estados Unidos, unindo altas tecnologias e caos urbano, sendo considerado como uma narrativa tipicamente pós-moderna. O termo passou a ser usado também para designar os "ciber-rebeldes", o *underground* da informática, com os *hackers, crackers, phreakers, cypherpunks, otakus, zippies*. Esses seriam os *cyberpunks* reais. Assim, o termo *cyberpunk* é, ao mesmo tempo, emblema de uma corrente da ficção-científica e marca dos personagens do submundo da informática. (LEMOS, 2004, *online*).

A atitude forte no movimento *punk* também está presente no C*yberpunk*; como confirma Amaral, o *cyberpunk* nos Estados Unidos é um filhote da ideologia californiana da década de 60. Essa ideologia desemboca nas atitudes dos *hackers* que acreditam no livre-fluxo de informação e na pirataria de dados (Ib., p. 24).

O *cyberpunk* está presente na ficção, nas ruas, nas artes, na literatura, no cinema, no imaginário, na comunicação, na moda, na cultura contemporânea e gera subculturas.[17] Para Amaral o *cyberpunk* saiu do "gueto literário", principalmente através da disseminação de seus conceitos pelas imagens cinematográficas, músicas (bandas de

---

[15] O conto pode ser lido na íntegra no http://www.infinityplus.co.uk/stories/cpunk.htm. Acesso em 24 jan. 2007.

[16] Disponível em : http://www.spedro.com/nfc_cp.html. Acesso em 24 jan. 2007.

[17] As subculturas estão cada vez mais subdivididas e multifacetadas, sendo que, muitas vezes, existe uma sinergia de trocas, em que alguns participantes de uma subcultura também participam de outra (AMARAL, 2006, p. 174).

música eletrônica/rock industrial), histórias em quadrinhos, desenhos animados, jogos, vestimentas, etc (Ib., p. 152).

A popularização da cultura *cyberpunk* deve-se aos meios de comunicação de massa, à tecnologia e ao imaginário, que possibilita a criação de inúmeras subculturas. Concluímos que o *cyberpunk* não existiria sem a tecnologia.

Na pós-modernidade tudo se mistura, completa, conecta, transforma, criando sub culturas, tribos etc.. Lemos nos dá um exemplo: a narrativa *cyberpunk* caracteriza-se por ser uma mistura de estilos (fantástico, distópico, urbano, tecnológico), utilizando-se da sátira (paródia e pastiche) e de outras formas literárias, como o horror, o policial, o fantástico. Assim, o *cyberpunk* não é só um conceito, mas uma conseqüência da síntese social, nascida nos anos 80, pela mistura de cultura tecnológica e ativismo *underground* (2004, p.193-194).

Saem de cena os implantes metálicos e entram as bio e nanotecnologias (aproximando-se do biopunk,[18] um dos subgenêros do *cyberpunk*). Ainda podemos entrar no imaginário *cyberpunk,* que abre espaço para o orgânico e o inorgânico, o natural e o artificial, a vida e a morte, o indivíduo e a tribo. A biotecnologia está influenciando a moda constantemente através dos tecidos inteligentes e a indústria têxtil tem se esmerado em usar toda a tecnologia mundial disponível para criar fibras e tecidos cada vez mais ajustados ao estilo de vida moderno. O *cyberpunk* possui uma estética de ficção que refletiu e reflete no visual, na moda, no consumo, criando subculturas, tribos, misturando estilos e criando uma moda que sofreu influência da moda *punk.*

4. Moda do *Punk* ao Estilo Matrix

Parte da juventude na década 60 nega as roupas produzidas em massa e busca o *"retro look"* (moda do passado), usando peças misturadas, fazendo o gênero *Kitsch,* que chocava e era considerado de mau gosto. Nesse mesmo período observa-se também o exagerado aprumo dos *hippies* e o nascimento do movimento *punk*. Destaque para a estilista preferida dos *punks*, Vivienne Westwood, nascida em 1941, conhecida

[18] O centro do *Biopunk* não é a tecnologia, e sim a biologia, através de biotécnicas de fusão corporal com outros indivíduos, não através de meios mecânicos, mas de manipulação genética dos cromossomos. Mostra o lado *underground* da sociedade biotécnica (AMARAL, 2006, p. 78-79)

popularmente como a “*estilista punk*”, excêntrica, provocativa e irreverente. Ela levou das ruas de Londres para as butiques a estética do movimento, transformando o *punk* em moda (MOUTINHO, 2000, p. 248).

Com 34 anos de carreira, a estilista britânica Vivienne Westwood foi homenageada com uma exposição apresentada no Victoria & Albert Museum (Londres). É a maior mostra dedicada a um *designer* de moda já realizada pelo centro.

O visual *punk*, como ainda é conhecido, inclui cabelos coloridos e espetados, roupas rasgadas, jaquetas de couro, geralmente tacheadas, camisetas pretas, braceletes de aço ou couro tacheados, alfinetes de segurança presos à roupa ou dependurados no nariz e nas orelhas. As garotas *punk* também usavam essas roupas, ou então variavam com saias com fendas laterais, *suéters* justas, sandálias de salto alto e fino; seus namorados preferiam as pesadas botas *shit kicher* (chuta merda) (LURIE, 1997, p. 176).

Lemos disserta algumas linhas sobre a Moda *Cyberpunk*:

> Reflete bem o espírito do tempo. Caracteriza-se por ser um "estilo de rua" composto de piercings, tatuagens, blusões de couro preto, óculos espelhados, roupas inteligentes (que mudam de cor, adaptam-se à temperatura externa ou mesmo eliminam bactérias), até o uso de *weareables computers*, tecnologias nômades, computadores que podem ser vestidos (Ib., p. 196).

Para o autor a moda *cyberpunk* abusa de materiais sintéticos, acessórios provenientes da ficção-científica, roupas com circuitos eletrônicos, máscaras antipoluição, bijouterias com sucatada da era digital (brincos de chips, colares com *cd-roms*, etc.). Como expressão da cibercultura, a moda e a cultura *cyberpunk* não são somente uma corrente da ficção científica, mas um fato sociológico irrefutável, uma mistura de esoterismo, programação de computador, pirataria e ficção influenciada pela contracultura americana e pelos humores dos anos 80. Lemos afirma que "a atitude *cyberpunk* é, acima de tudo, um comportamento irreverente e criativo frente às novas tecnologias digitais" (Op. cit., p. 196).

No site *The Cyberpunk Project*, encontramos muitas informações e curiosidades sobre o *cyberpunk*. Para os autores não há nenhum estilo exato de roupa ou de moda *cyberpunk*; a maioria usa roupas futuristas, prefere a cor preto e prata. Percebe-se que usam o que gostam (*The Cyberpunk Project. Online*).

Podemos acompanhar na obra de Gibson e Neuromancer que não há um estilo exato para o *cyberpunk* na descrição de alguns personagens: "A moça japonesa de camiseta preta sem mangas" (2003, p. 29). "Wage vestia um terno de seda bronze metalizado e usava uma pulseira de platina em cada pulso" (Id., p. 34). "Molly usava roupa preta justa de couro, um blusão estufado também preto, feito de um material opaco que parecia absorver a luz (Ib.,p. 38). "A garota enfiou os dedos na cintura da calça de couro e balançou para trás, equilibrada nos saltos laqueados das suas botas *cowboy* vermelho-cereja. As biqueiras estreitas eram de prata mexicana" (Id., p. 42). "A alpargata branca brilhante da moça [...]" (Ib., p. 54). "Case levantou, enfiou o jeans preto novo amassado que estava a seus pés e ajoelhou-se perto das mochilas" (Ib., p. 58). "A garota vestia uma camiseta de malha escura enfiada dentro dos calções largos de algodão preto"; "Armitage estava usando um terno italiano escuro e segurava na mão direita uma pasta de couro preto e macio" (Ib., p. 59).

Concluímos que não há um padrão para a moda *cyberpunk,* mas o preto e os materiais sintéticos sempre estão presentes, como complementa Amaral,

> a força dos cyberpunks está na sua ênfase em multiplicidade e potencialidade na criação de imagens [...]. Assim como no estilo *punk*, que em seus primórdios já utilizou elementos como a suástica e os cabelos coloridos como forma de resistência, também alguns escritores *cyberpunks* adotaram um visual próprio com o uso de óculos escuros e jaquetas de couro pretas (2006, p. 133).

Um exemplo no cinema são as trilogias *Matrix*[19] e *X-Men*[20].Seus personagens usam roupas pretas, sintéticas, coladas ao corpo, óculos escuros e muita tecnologia na comunicação e no transporte, com aeronaves, teletransporte, comunicadores que funcionam em qualquer lugar, bastando pressionar uma tecla, entre outros acessórios que também compõem o que chamamos de "*Estilo Matrix*". Fernandes também usa o termo para designar as mulheres poderosas vestidas de couro preto brilhante, que parece um

---

[19] Título Original: The Matrix. Gênero: Ficção Científica com duração de 136 minutos. Ano de Lançamento (EUA): 1999. Estúdio: Village Roadshow Productions, com distribuição da Warner Bros. Direção e roteiro dos irmãos Andy Wachowski e Larry Wachowski. O livro Neuromancer serviu de inspiração para os irmãos. Fonte: http://www.whatisthematrix.com. Acesso em 28 set. 2006.

[20] X-Men é uma série de histórias em quadrinhos norte-americana publicada pela Marvel Comics e também uma franquia de produtos derivados, no cinema, na televisão, em brinquedos e em videogames. Em 2000, a 20th Century Fox lançou X-Men - O Filme, uma adaptação cinematográfica dos quadrinhos, de 75 milhões de dólares, dirigida por Bryan Singer. Fonte: htpp://pt.wikipedia.org/wiki/X-Men#Filmes. Acesso em 28 set. 2006.

vinil, marcando o corpo, o que permite a realização de movimentos e lutas. Ele faz referência a *Trinity* (vivida pela atriz *Carrie-Anne Moss*), na trilogia *Matrix*, inspirada na samurai de rua *Molly Millions* (personagem de Gibson em Neuromancer).

Fernandes (2006, p. 29 e 97) apresenta uma curiosidade ligada ao mercado de consumo. No mundo da ficção, a personagem *Cayce* de Gibson difere de *Trinity* e *Molly*; ela é mais discreta com o "famoso" pretinho básico, confortável e também usa uma peça preta, sua predileta, uma jaqueta Buzz Rickson, marca japonesa real (existe no nosso mundo) que lembra antigos casacos de aviador. Só que no mundo real a jaqueta não existia na cor preta, somente na cor marrom. O exemplo mais interessante que revela a força de Gibson é o que aconteceu pouco depois do lançamento do livro Neuromancer nos Estados Unidos e na Europa: segundo o site da empresa norte-americana *History Preservation Associates*[21], representante da Buzz Rickson Products nos EUA, a demanda por essa cor pelos leitores de Reconhecimento de Padrões fez com que a empresa passasse a fabricar a jaqueta em preto também. O modelo claro recebeu o nome honroso de Buzz Rickson's *"Pattern Recognition" Black MA-1 Intermediate Flying Jacket* (Ib., p. 99). Gibson mais uma vez trouxe a ficção para o mundo real.

O "*Estilo Matrix*" pode ser encontrado em diversos filmes, como *Blade* (1998), *As Panteras* (2000), *MIB Homens de Preto* (2002), *Minority Report* (2002), no filme e no game *Resident Evil* (2002), *AeonFlux* (2005), *Ultravioleta* (2006), *Anjos da Noite* (2006), *Gene Generation* (2006), entre outros que virão.

Garcia salienta: "a moda como comunicação vem atender à necessidade de integração social em que ser e aparecer se esbarram, pois ao mesmo tempo em que a moda individualiza, ela integra. Quando associa a determinado grupo, desassocia de outro" (2005, p. 104). Como diz Lipovetsky, a moda é caracterizada por dois aspectos, a imitação e a distinção (1989, p. 53), integrando os indivíduos a grupos, aos quais pode imitar ou dos quais pode se distinguir. A comunicação, a moda e a cibercultura estão unidas nesse processo de imitação e distinção do indivíduo na contemporaneidade.

Considerações Finais:

---

[21] Disponível em: http://historypreservation.com/hpassociates/buzzrlanding_2.php. Acesso em 25 jan. 2007.

Apesar de ainda incerto o futuro da cibermoda, a evolução das tecnologias digitais e da mídia em geral marca inevitavelmente o nosso universo cultural em constante transformação e, não podemos negar, é a multiplicidade e a efemeridade da moda que continuará fazendo parte dessas transformações da pós-modernidade e ficando para a história. A cibermoda faz parte do nosso cotidiano e está presente em inúmeras tribos. Segundo Maffesoli: "[...]organizam-se tribos mais ou menos efêmeras que comungam valores minúsculos, e que, em um balé sem fim, entrechocam-se, atraem-se, repelem-se numa constelação de contornos difusos e perfeitamente fluídos. É essa a característica das sociedades pós-modernas" (2005, p. 33). Essas tribos, seguidas de seus nichos e subnichos estão presentes na moda, na arte, na política, na econômia, nos *games*, no cinema, no ciberespaço, na cibercultura, etc., e fazemos parte dela, querendo ou não.

Bibliografia:

AMARAL, Adriana. **Visões Perigosas. Uma arque-genealogia do *Cyberpunk***. Porto Alegre: Sulina, 2006.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa.** O mercado de massa para o mercado de nicho 2. Ed. Rio de Janeiro, Campus/Elsevier, 2006.

CÁCERES, Jesus Galindo. **Redes y comunidades virtuales: La construción social en el mundo, el ciberespacio y el hipermundo**. Disponível em: http://www.geocities.com/arewara/galindo103.htm. Acesso em 29 jan. 2007.

DONATI, Luisa P.; PRADO, Gilberto. **Utilizações artísticas de imagens em direto na word wide *web***. In: Tramas da rede. (Org.) André Parente. Porto Alegre: Ed. Sulinas, 2004.

______________. **Computadores Vestíveis: Convivência de diferentes especialidades**, In: Conexão Comunicação e Cultura. Caxias do Sul, Rio Grande do Sul: Educs, 2005.

FERNANDES, Fábio. **A construção do Imaginário CYBER. William Gibson, criador da Cibercultura.** São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula. **Moda é comunicação**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

GIBSON, William. **Neuromancer**. 3. Ed. São Paulo: Aleph, 2003.

GOFFMAN, Ken; JOY, Dan. **Couterculture. Through the ages**. 3. Ed. New York: Villard Books, 2004.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
LEMOS, André. **Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
LÉVY, Pierre. **Ciberculura**. 2. Ed. São Paulo: Editora 34, 2000.
___________. **A inteligência Coletiva**.2ª Ed. São Paulo: Edições Loyla, 1999
LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989
LURIE, Alison. **A linguagem das Roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997
MAFFESOLI, Michel. **No Fundo das Aparências**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2005.
_________________. **O Tempo das Tribos.** O declínio do individualismo nas sociedades de massa. 2. Ed. São Paulo: Forense Universitária, 1998.
MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. 12. Ed. São Paulo: Cultrix, 2002.
MOUTINHO, Maria Rita. **A moda do século XX**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2000.
RŰDIGER, Francisco. **Introdução às teorias da Cibercultura**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2004
WIENER, Norbet. **Cibernética e sociedade o uso humano de seres humanos**. 6. Ed. São Paulo: Cultrix, 1993.
WOLTON, Dominique. **Internet e Depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulinas, 2003.
TURKLE, Sherry. **A mémoria na tela**. In: Memória Cotidiana. Comunidade e Comunicação na era das redes. CASALEGNO, Frederico. Porto Alegre: Sulinas, 2006.

On line
AMARAL, Adriana. **Transmutação**, entrevistada por Octavio Aragão, 2006. Disponível em: http://www.intempol.com.br/NewsView.aspx?id=105&. Acesso em 22 jan. 2007.
DONATI, Luisa P. **Vesti: corpos afetivos**. Jornal da Unicamp. Edição 223, p.12, de 04 a10 de agosto, São Paulo: Unicamp, 2003. Disponível em: http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/agosto2003/ju223pg12.html. Acesso em 29 jan. 2007.
FERNANDES, Fábio. **Arthur C. Clarke e William Gibson - Visões da Aldeia Global de McLuhan no Futuro Próximo.** Revista GHREBH: São Paulo, 2003. Disponível em: http://www.cisc.org.br/ghrebh/ghrebh2/artigos/02fabiofernandes032003.html. Acesso em 25 jan. 2007.

FERREIRA, Aletéia, VIEIRA, Josiany, RIGO, Paula. **Emos: Resgate da Moda Romântica através dos Blogs.** Revista Eletrônica Razón Y Palabra no. 53 de outubro 2006. Disponível em: http://www.razonypalabra.org.mx/actual/blogs.html. Acesso em 17 out. 2006.

LEMOS, André. **Bodynet e netcyborgs: Sociabilidade e novas tecnologias na cultura contemporânea**. Disponível em: http://www.comunica.unisinos.br/tics/textos/1997/1997_al.pdf. Acesso em 30 jan. 2007.

LEMOS, André. **Ficção Científica Cyberpunk. O Imaginário da Cibercultura.** Disponível em: http://www.comciencia.br/reportagens/2004/10/11.shtml . Acesso em 09 set. 2006.

MANN, Steve. **O Homem Digital**. Disponível em: http://orbita.starmedia.com/~reporterespecial/Steve.html e http://wearcam.org. Acesso em 15 abr. 2007.

ROCHINSKI, Eliane. **Tecidos Inteligentes – O que são?** Disponível em: http://www.varejista.com.br/novo_site/desc_materia.asp?id=20531. Acesso em 26 jan. 2006.

The Cyberpunk Project. Disponível em: http://project.cyberpunk.ru/idb/definition_others.html. Acesso em 09 set. 2006.